

Passepartout zur Macht

Analyse Ein deutsches Konsortium plant einen universellen Log-in-Dienst für das Netz – und damit einen Angriff auf Google und Co. *Von Martin Hesse und Marcel Rosenbach*

Wer groß ist, hat Marktmacht, und wer die größte Marktmacht hat, gewinnt. Fast immer. Das war im Wirtschaftsleben schon so, als noch vorwiegend Großbauern gegen Kleinbauern antraten. Im Zeitalter der Digitalisierung, in dem fast alle Bereiche der Wirtschaft über das Internet weltweit vernetzt werden, gilt das Gesetz der Größe mehr denn je.

Diese Logik treibt auch die Plattformökonomie. Jene digitalen Marktplätze, die im Netz die meisten Anbieter und Kunden zusammenbringen, beherrschen zunehmend die Wirtschaftswelt: Google, Facebook und Co.

Sie profitieren nicht nur von den Geschäften in und auf den eigenen Diensten. Ihre exklusiven, milliardenfachen Kundenbeziehungen vermarkten sie mittlerweile auch an andere Anbieter, etwa um deren Neukunden einen langwierigen Anmeldeprozess zu ersparen. Bei immer mehr Onlinediensten kann man sich einfach mit vorhandenen Social-Media-Konten einloggen: Log-In with Google, heißen die Angebote, oder Facebook Connect.

Das ist für Nutzer bequem und erspart ihnen Zeit. Die Plattformen wiederum werden dadurch noch mächtiger, denn ein Teil der Daten fließt von den Drittanbietern wieder an sie zurück. Sie können ihre Nutzer und deren Verhalten also auch außerhalb ihrer eigenen Silos weiterverfolgen.

Europa mit seinem Mangel an international bedeutsamen Digitalanbietern hat dem bisher wenig entgegenzusetzen. Das sogenannte Social Log-in wird von Facebook, Google und Twitter dominiert. Allein das bereits 2008 gestartete Facebook Connect nutzen nach Zahlen von SimilarTech weltweit rund 14,4 Millionen Websites, in Deutschland sind es 124 000.

Diese Dominanz will eine Gruppe deutscher Konzerne nun brechen – ein äußerst ambitioniertes Vorhaben. Die Deutsche Bank, die Allianz, Daimler und Axel Springer sowie die IT-Spezialisten Core und Here wollen einen gemeinsamen „Generalschlüssel“ entwickeln und damit mittelfristig eine eigene europäische Datenplattform aufbauen. Ein Teilnehmer sieht in dem Projekt denn auch eine industriepolitische Dimension: „Es geht darum, wer künftig die globale Plattform-Ökonomie dominiert.“

Die Initiatoren haben eine GmbH gegründet, die zunächst acht bis zehn Gesellschafter haben soll und nach und nach mit Kapital ausgestattet wird. Die Anteilseigner sollen die wichtigsten hiesigen Branchen vertreten, als Nutzer beteiligen sollen sich aber letztlich fast alle Unternehmen, die digitale Angebote machen – zunächst aus Deutschland, möglichst bald aber aus ganz Europa.

Die GmbH, für die es noch keinen Namen gibt, wird die Hoheit über die Kundendaten haben. Die beteiligten

Unternehmen sollen nicht automatisch auf alle Informationen zugreifen können, europäische Datenschutzstandards sollen eingehalten werden. Der Kunde bestimme, wer welche Daten nutzen darf, heißt es in den Ankündigungen. Geplant ist, dass die Plattform an den über sie generierten Umsätzen beteiligt wird und sich so finanziert.

Zunächst soll es den Ankündigungen zufolge darum gehen, möglichst viele Konsumenten zu erreichen, die im Netz Finanzgeschäfte tätigen, Medien konsumieren oder Verträge aller Art abschließen wollen. Wichtige Anbieter wie die Deutsche Telekom und die Lufthansa sollen bereits Interesse an dem Projekt bekundet haben.

Für die beteiligten Konzerne liegt der Reiz des Projekts auf der Hand. Die Deutsche Bank etwa muss für ihr Onlinebanking ohnehin bereits hohe Sicherheits- und Anti-Geldwäsche-Anforderungen erfüllen, dieses Know-how könnte sie nun breiter einsetzen. Letztlich dürfte es ihr wie auch

der Allianz vor allem darum gehen, mehr Daten zu gewinnen und diese dann für neue Geschäfte zu nutzen. Längst steuern auch viele Finanzdienstleister in Richtung Plattformwirtschaft.

Losgehen soll es 2018, sobald das Verfahren zur Identifikation entwickelt ist und die Kartellbehörden die Allianz genehmigt haben. Der Antrag ist gestellt. Schon jetzt beginnen die Initiatoren, kräftig zu trommeln.

Werbung wird die Idee auch brauchen, die Hürden sind enorm. Facebook hatte bereits eine dreistellige Millionenanzahl an Nutzern und ein klares Angebot, als es Facebook Connect startete. Das deutsche Konsortium versucht den umgekehrten Weg, viele Fragen sind noch ungeklärt. Eine Chance

dürfte das Projekt nur haben, wenn sich möglichst viele wichtige Player zusammenfinden und Nutzer einen klaren Vorteil erkennen: also beispielsweise mit einem Log-in künftig Flüge, Mietwagen, Hotelzimmer und Konzertkarten buchen und auch gleich bezahlen zu können.

Alle bisherigen Versuche, der US-Digital-Dominanz mit europäischen Lösungen beizukommen, machen allerdings eher skeptisch. Das gilt für die Idee einer „europäischen Suchmaschine“ namens Quaero genauso wie für die „E-Mail made in Germany“ namens De-Mail. Auch das Projekt Paydirekt, mit dem deutsche Banken die Macht von PayPal als Onlinebezahlungsdienst mit seinen fast 19 Millionen Nutzern allein in Deutschland angreifen wollten, kommt seit seinem Start Ende 2015 nur mühsam voran.

Andererseits zeigen die Organisatoren immerhin den Mut und die Initiative, es zu versuchen. Starthilfe bekommen sie von höchster Stelle: Donald Trump hat den Datenschutz für Nicht-US-Bürger bereits weiter massiv geschwächt. Womöglich ist es doch nicht zu spät, europäische Alternativen auf den Weg zu bringen. ■

Der Datenriese

Websites, die ein Log-in per Facebook Connect anbieten

